

**PENGEMBANGAN MEDIA PEMASARAN PRODUK  
*TEACHING FACTORY* BERBASIS *WEBSITE*  
MENGUNAKAN *WIX* DI SMKN 1 PACET**

**SKRIPSI**

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri



Oleh:  
**MUHAMAD CARTOYO**  
**1407161**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI AGROINDUSTRI  
FAKULTAS PENDIDIKAN TEKNOLOGI DAN KEJURUAN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2020**

PENGEMBANGAN MEDIA PEMASARAN PRODUK  
*TEACHING FACTORY* BERBASIS *WEBSITE*  
MENGUNAKAN *WIX* DI SMKN 1 PACET

Oleh:  
Muhamad Cartoyo  
NIM 1407161

Skripsi diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan

© Muhamad Cartoyo 2020  
Universitas Pendidikan Indonesia  
2020

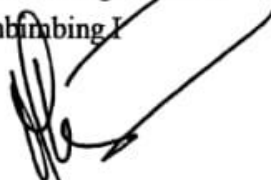
Hak Cipta dilindungi undang-undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak  
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PENGESAHAN DAN PERSETUJUAN  
SKRIPSI  
PENGEMBANGAN MEDIA PEMASARAN PRODUK  
*TEACHING FACTORY* BERBASIS *WEBSITE*  
MENGUNAKAN *WIX* DI SMKN 1 PACET

Oleh :  
MUHAMAD CARTOYO  
1407161

Menyetujui dan mengesahkan :  
Pembimbing I



Dr. Yatti Sugarti, MP  
NIP. 19631207 199303 2 001

Pembimbing II



Dewi Nur Azizah, S.T.P., M.P.  
NIP. 19800102 201504 2 002

Mengetahui  
Ketua Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri  
Fakultas Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan  
Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Yatti Sugarti, M.P.  
NIP. 19681207 199303 2 001

## **SURAT PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengembangan Media Pemasaran Produk *Teaching Factory* Berbasis *Website* Menggunakan Wix di SMKN 1 Pacet ” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau diklaim oleh pihak lain terhadap keaslian karya ini.

Bandung, Januari 2020

Muhamad Cartoyo  
NIM 1407161

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmaanirrahiim*

Rasa syukur marilah kita panjatkan kepada Allah SWT karena atas karunia-Nya yang senan tiasa diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengembangan Media Pemasaran Produk *Teaching Factory* Berbasis *Website* Menggunakan *Wix* Di SMKN 1 Pacet” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pendidikan dari Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri Fakultas Pendidikan Teknologi Kejuruan di Universitas Pendidikan Indonesia.

Dibelakang penulis terdapat banyak orang dan kelompok yang senantiasa membimbing dan memberikan do’a serta semangat kepada penulis. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang terlibat secara langsung ataupun tidak selama penyusunan skripsi penulis berlangsung.

1. Yatti Sugiarti, M.P. sebagai dosen pembimbing I sekaligus Ketua Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri yang selalu meluangkan waktu, memberikan arahan dan bimbingan, serta senantiasa memberikan motivasi dan semangatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dewi Nur Azizah, S.T.P, M.P. sebagai dosen pembimbing II yang selalu memberikan dukungan, arahan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Kedua orang tua yang telah mencurahkan do’a setiap waktu kepada penulis serta dukungan moril dan materil kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
4. Staf TU Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri yang telah memberikan bantuan dan fasilitas dalam pengambilan data selama proses penelitian.
5. Teman-teman angkatan 2012, 2013, 2014, 2015, dan 2016 Jurusan Pendidikan Teknologi Agroindustri yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala motivasi yang membangun penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Keluarga besar Republik Kontrakan yang selalu memberikan semangat yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan masukan yang bersifat membangun untuk perbaikan skripsi ini dan kemajuan pendidikan dimasa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua yang membacanya. Terima kasih.

Bandung, Januari 2020

Penulis

**PENGEMBANGAN MEDIA PEMASARAN PRODUK  
*TEACHING FACTORY* BERBASIS *WEBSITE*  
MENGGUNAKAN *WIX* DI SMKN 1 PACET**

Muhamad Cartoyo, Yatti Sugiarti, Dewi Nur Azizah  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Email : [muhammadcartoyo@student.upi.edu](mailto:muhammadcartoyo@student.upi.edu)

**ABSTRAK**

Kegiatan promosi pemasaran yang dilaksanakan di SMKN 1 Pacet memiliki jangkauan pasar yang terbatas karena hanya dilakukan dengan penjualan langsung (*personal selling*) di internal sekolah. Produk *teaching factory* tidak banyak diketahui, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tahapan dan kelayakan media pemasaran *website* untuk pemasaran produk *teaching factory*. Prosedur penelitian ini menggunakan metode *Waterfall* yaitu, (1) *Requirement Analysis*, yaitu penentuan kebutuhan *hardware*, *software* dan informasi yang di butuhkan; (2) *System Design*, yaitu pembuatan *storyboard* sebagai acuan perancangan media pemasaran; (3) *Implementation*, yaitu penerapan *storyboard* menjadi program sekaligus pengujian *black box* dalam keberjalanannya; (4) *Integration and Testing*, yaitu pengujian yang dilakukan oleh validator ahli media dan ahli pemasaran, selain itu juga di lakukan perbaikan sesuai saran ahli; (5) *Deployment of System*, yaitu penyebaran program kepada *user* sekaligus responden untuk mengetahui kelayakan media pemasaran; (6) *Maintenance*, perbaikan yang di lakukan dari saran responden dengan pertimbangan dari ahli. Hasil validasi ahli media dan ahli pemasaran terhadap media yang dikembangkan memperoleh persentase 79,69% dan 72,92% termasuk kedalam kategori layak. Selanjutnya dilakukan pengujian respon pengguna media pemasaran dengan hasil persentase kelayakan sebesar 82,35%. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa media pemasaran berbasis *website* untuk produk *teaching factory* sangat layak untuk digunakan pada kegiatan promosi pemasaran.

**Kata kunci :** *Website*, media pemasaran, *teaching factory*, promosi pemasaran

**THE DEVELOPMENT OF WEBSITE-BASED DIGITAL  
MARKETING FOR TEACHING FACTORY  
PRODUCTS USING WIX AT SMKN1 PACET**

Muhamad Cartoyo, Yatti Sugiarti, Dewi Nur Azizah  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Email : [muhammadcartoyo@student.upi.edu](mailto:muhammadcartoyo@student.upi.edu)

**ABSTRACT**

*Marketing promotion activities that are carried out at SMKN 1 Pacet have a limited market reach because it is only done by direct selling (personal selling) in the school's internal area. Teaching factory products are not well known, so market share is limited. Therefore this study aims to determine the stages and feasibility of marketing media for teaching factory product marketing. The procedure of this study uses the Waterfall method, namely (1) Requirement Analysis, which is determining the hardware, software and informations needed; (2) System Design, which is making storyboards as a reference for marketing media design; (3) Implementation, namely the application of storyboards into programs as well as testing black boxes in their travels; (4) Integration and Testing, i.e. testing conducted by the validator media experts and marketing experts, in addition it is also carried out improvements according to expert advice; (5) Deployment of System, which is the distribution of programs to users as well as respondents to determine the feasibility of marketing media; (6) Maintenance, improvements made from respondents suggestions with the consideration of experts. The results of the validation of media experts and marketing experts to the developed media obtained a percentage of 79,69% and 72,92% included in the category eligible. Following testing the response of marketing media users with the results of the percentage the feasibility is 82,35%. Overall it can be concluded that the website marketing media for teaching factory products are very eligible for use in marketing promotion activities.*

**Keywords:** Website, marketing media, teaching factory, marketing promotion



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Struktur Organisasi Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Pemasaran.....	5
2.2 Media Pemasaran Berbasis Website.....	11
2.3 <i>Teaching Factory</i> di SMKN 1 Pacet .....	13
2.4 Standar Pelaksanaan <i>Teaching Factory</i> .....	14
2.5 Penelitian Terdahulu.....	16
2.6 Posisi Penelitian.....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	18
3.1 Desain Penelitian .....	18
3.2 Partisipan .....	20
3.3 Populasi dan Sampel.....	20
3.4 Instrumen Penelitian.....	21
3.5 Analisis Data .....	26
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....	29
4.1 Temuan.....	29
4.2 Pembahasan .....	57

BAB V <u>S</u> IMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....	69
5.1. Simpulan.....	69
5.2 Implikasi dan Rekomendasi .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	72
LAMPIRAN .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	6
Gambar 3.1 Metode <i>Waterfall</i> .....	18
Gambar 4.1 Tampilan Beranda pada <i>Desktop</i> .....	33
Gambar 4.2 Tampilan Produk Kami pada <i>Desktop</i> .....	34
Gambar 4.3 Tampilan Detail Produk pada <i>Desktop</i> .....	34
Gambar 4.4 Tampilan Cara Pemesanan pada <i>Desktop</i> .....	35
Gambar 4.5 Tampilan Pemesanan pada <i>Desktop</i> .....	35
Gambar 4.6 Tampilan Forum pada <i>Desktop</i> .....	36
Gambar 4.7 Tampilan FAQ pada <i>Desktop</i> .....	36
Gambar 4.8 Tampilan Tentang pada <i>Desktop</i> .....	37
Gambar 4.9 Tampilan Member pada <i>Desktop</i> .....	37
Gambar 4.10 Hasil Validasi Ahli Media.....	57
Gambar 4.11 Hasil Validasi Ahli Pemasaran.....	59
Gambar 4.12 Hasil Pengujian Respon Pengguna Media Pemasaran .....	62
Gambar 4.13 Saran Responden .....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Standar Pelaksanaan <i>Teaching Factory</i> .....	15
Tabel 3.1 Instrumen Pengujian <i>Blackbox</i> .....	22
Tabel 3.2 Kriteria <i>Blackbox</i> .....	22
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Validasi Ahli <i>Website</i> .....	24
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Validasi Ahli Pemasaran .....	25
Tabel 3.5 Kisi-kisi Kuisisioner Pengujian Respon Pengguna <i>Website</i> .....	26
Tabel 3.6 Tingkat Kelayakan <i>Website</i> .....	27
Tabel 4.1 Spesifikasi Perangkat Keras .....	29
Tabel 4.2 Spesifikasi Perangkat Lunak .....	29
Tabel 4.3 Informasi Produk <i>Teaching Factory</i> di SMKN 1 Pacet.....	30
Tabel 4.4 Informasi Cara Pemesanan.....	30
Tabel 4.5 Informasi Pilihan Pengiriman .....	31
Tabel 4.6 Hasil Pengujian <i>Black Box</i> .....	32
Tabel 4.7 Tampilan <i>Website</i> .....	33
Tabel 4.8 Data dan Analisis Hasil Validasi Ahli Media .....	38
Tabel 4.9 Saran Ahli Media .....	40
Tabel 4.10 Revisi Media Pemasaran Sesuai Saran Validator Ahli Media.....	41
Tabel 4.11 Data dan Analisis Hasil Validasi Ahli Pemasaran.....	44
Tabel 4.12 Saran Ahli Pemasaran .....	46
Tabel 4.13 Revisi Media Pemasaran Sesuai Saran Validator Ahli Pemasaran.....	47
Tabel 4.14 Data dan Analisis Pengujian Respon Media Pemasaran.....	49
Tabel 4.15 Saran Responden.....	51
Tabel 4.16 Perbaikan Media Pemasaran Sesuai Saran Responden.....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Storyboard</i> .....	76
Lampiran 2. Angket Validasi Instrumen .....	80
Lampiran 3. Instrumen Pengujian Responden Pengguna Internet Aktif.....	86
Lampiran 4. Data Hasil Pengujian Respon Pengguna Media Pemasaran .....	88
Lampiran 5. Rekapitulasi Saran Responden .....	96

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhasanah, J. U. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web *E-commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen Www. getscoop. com). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 15 (2).
- Ardhana, Y.M.K. (2012). *Menyelesaikan Website 30 Juta !*. Jakarta: Jasakom.
- Arifin, Zainal. (2014). *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryadhi, I. W. (2015). Pengembangan E-Learning Dengan Model *Waterfall* Pada Mata Pelajaran IPA Kelas VII. *E-Journal Edutech Universitas Pendidikan Ganesha. Jurnal Teknologi Pendidikan*. Vol. 3 (1), 6.
- Aufan L. & Permadi I (2013) Rancang Bangun Sistem Informasi Laboratorium (SILAB) Berbasis Web di Teknik Informatika UNSOED. *Prosiding SNST ke-4 Tahun 2013*. Universitas Wahid Hasyim Semarang.
- Aziz, M. Z. S. (2016). *Pengaruh dari Berbagai Karakteristik E-commerce (bukalapak. com) Terhadap Kepercayaan dan Performa Kepercayaan Konsumen di Kota Semarang*. (Skripsi). Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang.
- Churohman, Mifta. (2010). *Teori, Prinsip, dan Konsep Pembelajaran*. [Online]. Diakses dari <http://miftachr.blog.uns.ac.id>.
- Darmarjati, T. (2016). *Teaching factory*. [Online]. Diakses dari <https://psmk.kemdikbud.go.id/konten/1870/teaching-factory>.
- Dharmmesta, B.S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Direktorat Pembinaan SMK. (2015). *Teaching factory Coaching Programme*. Jakarta: DirPSMK.
- Direktorat Pembinaan SMK. (2017). *Tata Kelola Pelaksanaan Teaching factory: Seri Revitalisasi SMK*. Jakarta: DirPSMK.
- Fauzi, G. R. (2019). *Perancangan Media Pemasaran Produk Teaching Factory Berbasis Aplikasi Android Menggunakan Appgeyser dan Wix di SMK PPN Lembang*. (Skripsi). Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri, Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Ham, T.G. (2014). *Pengukuran Efektivitas Media Promosi dengan Pendekatan EPIC Model*. (Skripsi). Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

- Hisyamasyah A.J., Sularso A., & Suryaningsih I.B. (2015). Analisis Efektifitas Iklan Online Terhadap Minat Beli Konsumen Murah Grosir. *Artikel: Urusan Manajemen*. Fakultas Ekonomi, Universitas Jember (UNEJ), Jember.
- Isyarotullatifah. (2015). Pengembangan E-Learning Dengan Model Waterfall Pada Mata Pelajaran IPA di SMP Negeri 1 Singaraja. *E-Journal Edutech Universitas Pendidikan Ganesha. Jurnal Teknologi Pendidikan*. Vol. 3 (1), 3-7.
- Jamalludin, A., Sulistiowati, S., & Lemantara, J. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan Metode Webqual 4.0 Pada Website Stikom Career Center (SCC) Surabaya. *Jurnal JSIKA*, Vol. 5 (1), 6.
- Jumaryadi, Y. (2016). *MODUL PERKULIAHAN Arsitektur management E-Business: Dasar E-Business*. [Online]. Diakses dari <http://fasilkom.mercubuana.ac.id/wp-content/uploads/2017/10/MODUL-PERKULIAHAN-ARSITEKTUR-DAN-MANAJEMEN-E-BUSINESS.pdf>
- Karunia, S. G. (2014). *Pengukuran Kualitas Website dengan Menggunakan Metode Webqual*. (Tugas Akhir). Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik komputer, Surabaya.
- Kurniawan, F. (2012). *Sistem Penyusunan Jadwal Pelajaran Sekolah Berbasis Web Di SMK Negri 1 Pacitan*. (Skripsi). Program Studi Pendidikan Teknik Informatika Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kurniawati, D. & Arifin, N. (2016). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, Vol. 1 (2), 194.
- Lukitaningrum, H. L. (2016). *Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Web Pada Materi Basis Data di Sekolah Menengah Kejuruan Kelas XI*. (Skripsi). Program Studi Pendidikan Teknik Informatika, Jurusan Pendidikan Teknik Elektronika, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Malhotra, N., & Birks, D. (2019). *Marketing Research: an applied approach: 7th European Edition*. New York: Pearson Education.
- Martawijaya, D.H. (2011). *Pengembangan Pembelajaran Teaching factory 6 Langkah (model TF-6M) untuk Meningkatkan Kompetensi Siswa Dalam Mata Pelajaran Pradaktif Sekolah Menengah Kejuruan*. [Online]. Diakses dari <http://repository.UPI.edu/disertasiview.php>.
- Myers, G.J. (2012). *The Art of Software Testing*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Munir, M. (2014). Pengembangan media pembelajaran interaktif kompetensi dasar register berbasis inkuiri terbimbing. *Jurnal pendidikan teknologi dan kejuruan*, Vol. 22 (2), 184-190.

- Mustaqbal, M. S., Firdaus, R. F., & Rahmadi, H. (2016). Pengujian Aplikasi Menggunakan Black Box Testing Boundary Value Analysis (Studi Kasus: Aplikasi Prediksi Kelulusan SMNPTN). *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan*, Vol. 1 (3), 31.
- Nurmilah, S. (2018). *Pengembangan Media Komunikasi Berbasis website untuk Pemasaran Produk Teaching factory di SMKN 2 Subang*. (Skripsi). Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri, Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Pressman, R.S. (2002). *Software Engineering : A Practitioner's Approach*. New York : McGraw Hill Book Co.
- Purnama, B. E. (2006). Perancangan Sistem Perangkat Keras dan Perangkat Lunak Pengendali Komputer Jarak Jauh Menggunakan Sinar Infra Merah. *Jurnal Fakultas Hukum UII*.
- Riyadi, A. S., Retnadi, E., & Supriatna, A. D. (2013). Perancangan sistem informasi berbasis *website* subsistem guru di sekolah pesantren persatuan islam 99 rancabango. *Jurnal Algoritma*, Vol. 9 (1), 3.
- Riyantoro B. & Harmoni A. (2013). Epektifitas Iklan Melalui Jejaring Sosial sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keridipik Pedas Maicih. *Jurnal: Prosiding: PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)* Vol. 5 (3), 33-36.
- Sari, I. P. (2012). *Sistem Penjualan Online Store Berbasis Web*. (Skripsi) Program Studi Teknik Informatika, Departemen Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Sagita R.A. dan Sugiarto H. (2016) Penerapan Metode *Waterfall* Pada Sistem Informasi Penjualan Furniture Berbasis Web. *E-Journal AMIK BSI Jakarta. Indonesian Journal of Networking and Security*. Vol. 5 (4), 4.
- Silalahi, FA. (2012). *Tinjauan Pemasaran Online Dalam Produk KCA (Kredut Cepat Aman) Di PT. Pegadaian Kanwil XI Bandung*. (Skripsi). Program Studi Manajemen Diploma III Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Widyatama.
- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity*, Vol. 2 (1), 80-86.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Supriyono, H., Nur Saputra, A., Sudarmilah, E., & Darsono, R. (2014). Rancang bangun aplikasi pembelajaran hadis untuk perangkat *mobile* berbasis *Android*. *Jurnal Informatika (JIFO)*. Vol. 8 (2), 907-920.



- Tabrani. M. dan Pudjiarti. E. (2017). Penerapan Metode *Waterfall* Pada Sistem Informasi Inventori PT. Pangan Sehat Sejahtera. *E-Journal STMIK Nusa Mandiri Jakarta, Jurnal Infokar*. Vol. 5 (2), 4.
- Vilanata, U.S. (2014). *Pengembangan Sistem Informasi Laboratorium Komputer Jurusan Pendidikan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Yogyakarta Berbasis Website*. (Skripsi) Program Studi Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yet, S. & Ginting, P. (2013). Analisis Efektivitas Iklan TV Sirup Markisa dengan Pendekatan EPIC Model PT.MAJUJAYA Pohon Pinang Pada Konsumen Swalayan Macam Yogya Yaohan Merak Jingga Medan. *Jurnal: Modernisasi*, Vol. 9 (1).